

REKLAMER

- En reklame kan opfattes som en *sagprosa* tekst, som vil påvirke modtageren til at udføre bestemte handlinger. En reklame kan også siges at tilhøre genren *faktion*. Faktion er en betegnelse for tekster, der blander fiktion (noget opdigtet) og nonfiktion (noget virkeligt).

INTERTEKSTUALITET

- Nå en tekst, et billede, en film eller en reklame rummer elementer fra kendte film, historier, eventyr, myter, malerier eller andet er der tale om INTER – TEKST - UALITET.

Inter = imellem tekster

- Hvis man ikke kender det ”oprindelige” forstår man således heller ikke referencen.

EKSEMPEL PÅ INTERTEKSTUALITET



SYNDEFALDSMYTEN

Syndefaldet og uddrivelsen af Edens have

v1 Slangen var det snedigste af alle de vilde dyr, Gud Herren havde skabt, og den spurgte kvinden: »Har Gud virkelig sagt, at I ikke må spise af træerne i haven?« **v2** Kvinden svarede slangen: »Vi må gerne spise af frugten på træerne i haven, **v3** men frugten på det træ, der står midt i haven, har Gud sagt, at vi ikke må spise af og ikke røre ved, for ellers skal vi dø.« **v4** Men slangen sagde til kvinden: »Vist skal I ikke dø! **v5** Men Gud ved, at den dag I spiser af den, bliver jeres øjne åbnet, så I bliver som Gud og kan kende godt og ondt.« **v6** Kvinden så, at træet var godt at spise af og tiltrækkende at se på, og at det også var godt at få indsigt af, og hun tog af frugten og spiste. Hun gav den også til sin mand, der var hos hende, og han spiste. **v7** Da åbnedes deres øjne, og de opdagede, at de var nøgne. Derfor syede de figenblade sammen og bandt dem om livet.

v8 Ved aftenstid hørte de Gud Herren gå rundt i haven. Da gemte Adam og hans kvinde sig for Gud Herren mellem havens træer. **v9** Gud Herren kaldte på Adam: »Hvor er du?« **v10** og han svarede: »Jeg hørte dig i haven og blev bange, fordi jeg er nøgen, og så gemte jeg mig.« **v11** Han spurgte: »Hvem har fortalt dig, at du er nøgen? Har du spist af det træ, jeg forbød dig at spise af?« **v12** Adam svarede: »Kvinden, du satte hos mig, gav mig af træet, og så spiste jeg.« **v13** Gud Herren spurgte så kvinden: »Hvad er det, du har gjort?« Hun svarede: »Slangen forledte mig til at spise.« **v14** Da sagde Gud Herren til slangen:
»Fordi du har gjort dette,
skal du være forbandet
blandt alt kvæg
og blandt alle vilde dyr.
På din bug skal du krybe,
og støv skal du æde,
alle dine dage.

v15 Jeg sætter fjendskab
mellem dig og kvinden,
mellem dit afkom og hendes:
Hendes afkom skal knuse dit hoved,
og du skal bide hendes afkom i hælen.«

v16 Til kvinden sagde han:
»Jeg vil gøre dit svangerskab
plagsomt og pinefuldt,
i smerte skal du føde børn.
Du skal begære din mand,
og han skal herske over dig.«

v17 Til Adam sagde han:
»Fordi du lyttede til din kvinde
og spiste af det træ,
jeg forbød dig at spise af,
skal agerjorden være forbandet for din skyld;
med møje skal du skaffe dig føden
alle dine dage.

v18 Tjørn og tidsel skal jorden lade spire frem
til dig,
og du skal leve af markens planter.

v19 I dit ansigts sved
skal du spise dit brød,
indtil du vender tilbage til jorden,
for af den er du taget.

Ja, jord er du,
og til jord skal du blive.«

v20 Adam gav sin kvinde navnet Eva, for hun
blev mor til alle mennesker. **v21** Gud Herren
lavede skindtøj til Adam og hans kvinde og gav
dem det på. **v22** Og Gud Herren sagde: »Nu er
mennesket blevet som en af os og kan kende
godt og ondt. Bare det nu ikke rækker hånden
ud og også tager af livets træ og spiser og lever
evigt!« **v23** Så sendte Gud Herren dem ud af
Edens have til at dyrke agerjorden, som de var
taget af. **v24** Han jog mennesket ud, og øst for
Edens have anbragte han keruberne og det
lynende flammesværd til at vogte vejen til
livets træ.

OPGAVE TIL REKLAMER MED SYNDEFALDSMYTER

BESKRIV:

- Motivet (det billedet forestiller)
- Kompositionen (De enkelte elementers placering i forhold til hinanden)
- Personernes (figurernes) kropssprog og blikretning
- Farver - virkning
- Lys - virkning
- Symbolik
- Sammenhæng mellem syndefaldsmyten og det produkt, der reklameres for.
- Målgruppe
- Vurdering



Old Story. New Turist.



Green Apple Turist



OLIO DI OLIVA

BECAUSE IT'S

WORTH 1000.com WOMEMADE





NYHED!



KAN SPISES UDEN NOGET PÅ

Prøv en kokker ovnbagt snack med paprika eller oliven/rosmarin næste gang du skal grille. Den kan spises helt uden noget på. Velkomme.

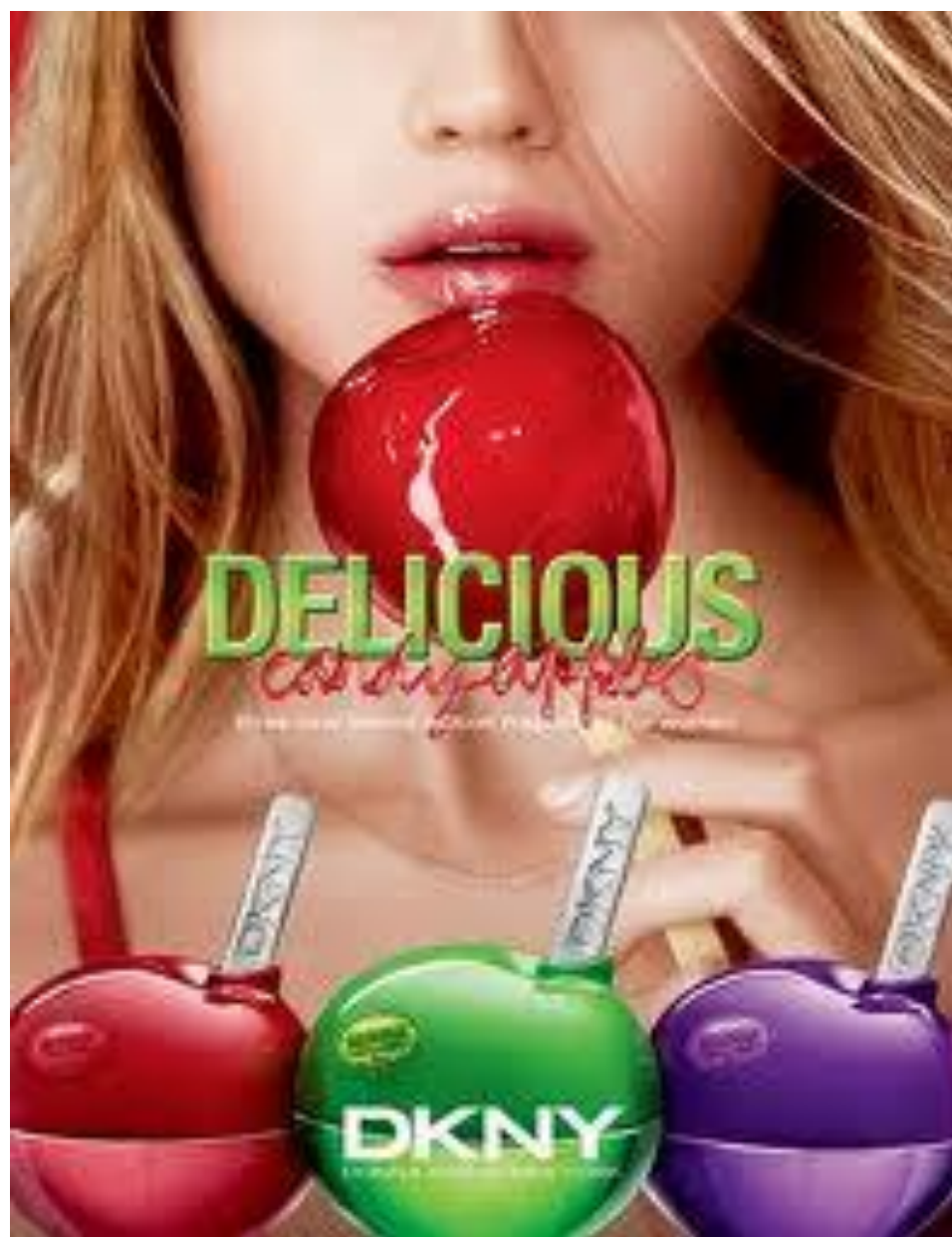
BE DELICIOUS
the fragrances for women

DKNY
DONNA KARAN NEW YORK

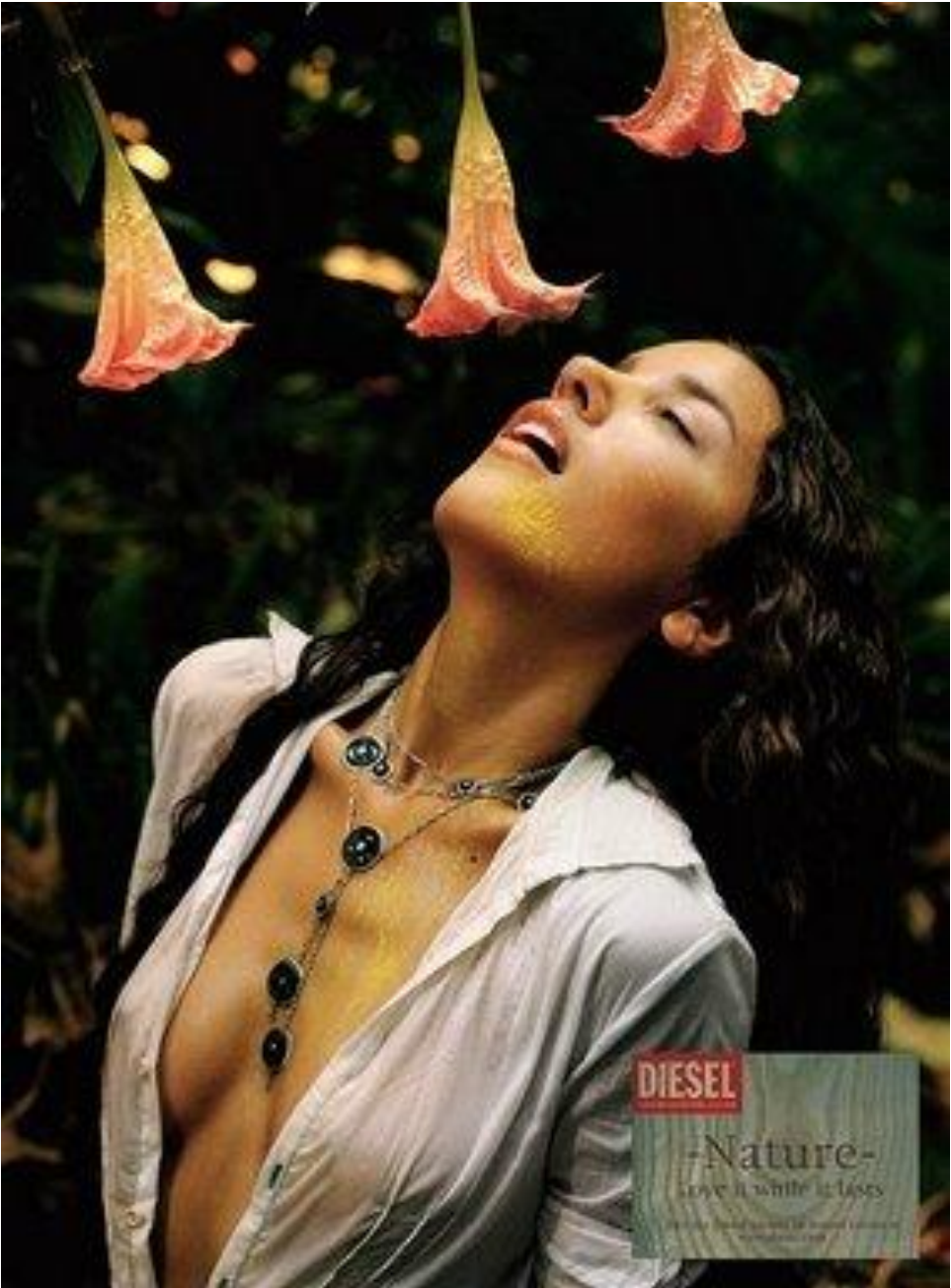
www.bedeliciousfragrance.co.uk

© 2004 DKNY LLC. All rights reserved.

The advertisement features a close-up of a woman's face with long, wavy blonde hair, holding a green apple near her cheek. The background is a soft, out-of-focus green. In the foreground, two clear glass perfume bottles with silver caps and labels are placed among several green apples. The overall aesthetic is fresh and natural.



Diesel - Nature love it while it lasts



- Også eventyrernes figurer anvendes ofte i reklamer.

Intertekstualiteten kan inddeles i tre former:

- Direkte
- Parodi
- Pastiche

Parodi



Intertekstualitet

Pastichen



Intertekstualitet

Direkte



Analysér følgende reklamer og undersøg intertekstualiteten. Giv en forklaring på, hvorfor netop det eventyr danner reference! Hvilken historie / morale rummer eventyret? Hvordan hænger det sammen med produktet der reklameres for?

eu.levi.com

WHO NEEDS
GLASS SLIPPERS?
THE JEANS FIT.

572 BOOTCUT. AT LAST, A PAIR TO BELIEVE IN.

Reklame for italienske jeans



Reklame for skomærket Melissa





THE VOLVO XC90 WITH SEVEN SEATS, LUNDS
2011 VOLVO XC90



Makes for life

Det italienske tøjmærke Sasch's teenagelinje SHS



Kit Kat chokolade



Reklame for Campari (likør)



REKLAMEANALYSE – FAST REKLAME

1. Hvem og hvilken type er afsenderen?
2. Hvilke signaler om livsstil udsender reklamen (fx luksus, økologi, discount)
3. Hvem er målgruppen?
4. Lav en analyse af reklamebilledets brug af motiv, farver og symboler
5. Hvilket koncept bruger reklamen?(fx humor, provokation, intertekstualitet eller symbolik)
6. Hvad er temaet? (fx ungdom, familie, velgørenhed, sundhed, udseende)
7. Hvilken form for argument bruger reklamen til at påvirke modtageren (det kan være kvalitet, kvantitet dvs. mængde og størrelse, skønhed – fx creme, enkelhed, nytte, hastighed – fx bil eller effektivitet fx opvaskemaskine)